



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Definisi E-Money (Uang Elektronik)

Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/pbi/2018 tentang Uang Elektronik, yang dimaksud dengan uang elektronik adalah instrument pembayaran yang telah memenuhi unsur sebagai berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip.
3. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur perbankan.

Dalam salah satu publikasi bank for international settlement mendefinisikan uang elektronik sebagai produl stored value atau prepaid dimana uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang [17].

2.1.2 Definisi E-Wallet (Dompot Elektronik)

Electronic Wallet (E-Wallet) menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 yang menjelaskan mengenai Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (“PBI/18/2016”) adalah pelayanan elektronik guna menyimpan data instrumen pembayaran di antaranya alat pembayaran dengan memanfaatkan kartu atau uang elektronik, yang bisa juga menampung dana, guna melaksanakan pembayaran [18].

Dalam suatu transaksi digital, pembayar dan penerima uang akan menggunakan metode digital untuk mengirim dan menerima uang tersebut. Tidak ada uang tunai yang diikuti dalam pembayaran digital. Hal tersebut dikarenakan semua transaksi pada pembayaran digital dilakukan secara online menggunakan jaringan dan koneksi internet.

Dompot digital atau (*E-wallet*) adalah dompet yang terhubung dengan server dalam bentuk aplikasi smartphone yang memungkinkan untuk menyimpan sejumlah uang untuk dapat digunakan kapan dan dimana saja selama layanan pembayaran tersedia dengan baik [19].

2.1.3 Gopay

E-Wallet Gopay merupakan salah satu platform yang digunakan sebagai media transaksi dalam melakukan pembayaran elektronik atau secara digital yang di dalamnya terdapat saldo Gopay, dimana pengguna dapat mengoperasikan sepenuhnya aplikasi tersebut melalui ponsel seluler dengan bantuan jaringan seluler. Gopay sendiri adalah sejumlah uang atau dana berupa uang elektronik (*e-money*) yang dapat diakses melalui aplikasi Gojek yang dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi keuangan, seperti pembayaran diberbagai Merchant rekanan, isi ulang (*top up*) dan pengecekan saldo. Pengguna juga dapat memperoleh kode promo pada merchant tertentu. Aplikasi ini dikembangkan oleh PT. Dompot Anak Bangsa yang mana telah berdiri sejak tahun 2016 lalu.

2.1.4 Kepuasan Pengguna

2.1.4.1 Definisi Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna dapat didefinisikan menjadi evaluasi terhadap keseluruhan dari pengalaman yang sudah pernah dialami dan dirasakan oleh pengguna sistem dan dampak potensial dalam menggunakan sistem informasi tersebut [20].

Selain itu kepuasan juga dapat didefinisikan sebagai perasaan yang ditimbulkan pengguna baik itu berupa perasaan senang ataupun kecewa pada saat membandingkan suatu hasil yang dirasakan kepada sebuah produk atau layanan berdasarkan ekspektasi yang dia miliki. [21].

Berdasarkan kajian teori mengenai definisi kepuasan pengguna dapat ditarik kesimpulan yaitu jikalau hendak memberikan kepuasan pengguna maka perlu mengetahui terlebih dahulu apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh para pengguna dompet digital, dengan begitu pengguna bisa mendapatkan kepuasan.

2.1.4.2 Dimensi Kepuasan Pengguna

Ada beberapa dimensi yang perlu untuk diperhatikan secara seksama dalam melihat dan mengetahui kepuasan pengguna, yaitu [22]

1. *Satisfaction Toward Quality*, yaitu kepuasan terhadap kualitas produk dan untuk servis industri, kualitas merujuk kepada kualitas pelayanan
2. *Satisfaction Toward Value*, yaitu kepuasan terhadap harga dengan tingkat kualitas yang diterima.
3. *Perceived Best*, yaitu untuk mengetahui keyakinan apakah merek produk yang digunakan adalah yang terbaik kualitasnya dibandingkan dengan merek produk pesaing lainnya.

2.1.4.3 Pengukuran Kepuasan Pengguna

Pengukuran kepuasan pengguna yang dilakukan secara teratur merupakan kebijaksanaan perusahaan dalam menjaga pengguna agar tetap setia dalam menggunakan produk mereka. Kepuasan pengguna yang tinggi akan menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan tersebut yang melebihi pada ketertarikan secara rasional. Berikut metode digunakan oleh pihak Gopay dalam mengukur kepuasan pengguna, yaitu [23] :

1. Sistem Keluhan dan saran : Pihak Gopay akan menyiapkan sarana dalam menanggapi keluhan dan saran dari penggunanya, melalui call center, kotak saran, kartu komentar setelah pelayanan, dan customer service yang siap mendengarkan masalah penggunanya.
2. Survey berkala : Pihak Gopay dapat mencari tahu kepuasan pengguna secara langsung. Dikarenakan para responden juga dapat diberi pertanyaan tambahan untuk mengukur besarnya penggunaan pada aplikasi mereka atau niat untuk mempromosikannya kepada orang lain.
3. Analisis angka kehilangan : Gopay dapat memantau angka pengguna yang hilang dan mencari tahu kembali mengapa pengguna tersebut berhenti menggunakan jasa layanan mereka.
4. Pembelian siluman : Gopay menugaskan seseorang untuk mencoba dan menggunakan produk pesaing agar dapat dipelajari

5. Memantau tingkat persaingan : Gopay memantau dan mengamati kondisi pada tingkat kepuasan pengguna terhadap produknya melalui data perbandingan dengan produk pesaingnya.

2.1.4.4 Indikator Kepuasan Pengguna

Kepuasan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebagai pengguna E-Wallet Gopay dapat dilihat dari beberapa indikator yang ada yaitu , [24] :

1. Membeli Ulang, yaitu mahasiswa selaku pengguna tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa yang diinginkan.
2. Menciptakan Word of mouth, yang dimana mahasiswa sebagai pengguna Gopay akan mengatakan beberapa hal-hal bagus tentang E-Wallet Gopay kepada orang disekitarnya.
3. Menciptakan Citra Merek, yaitu mahasiswa akan selalu mengingat merek Gopay yang mereka gunakan dan akan kurang memperhatikan merek lainnya

2.1.5 Kemudahan

2.1.5.1 Definisi Kemudahan

Kemudahan dalam suatu penggunaan adalah dimana saat seorang pengguna meyakini bahwa dalam menggunakan teknologi mudah digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha dalam mengoperasikannya [25]. Ketika pengguna merasa dimudahkan dalam menggunakan suatu sistem maka itu sama dengan pengguna tersebut telah percaya bahwa menggunakan sistem itu akan bebas dari kesalahan dan akan jauh lebih praktis dalam penggunaannya sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut.

Dari rangkuman teori diatas disimpulkan bahwa kemudahan yaitu, kondisi dimana penggunanya dapat dengan mudah menggunakan suatu teknologi yang belum pernah digunakan sebelumnya, sehingga bisa membuat mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebagai penggunanya berpikir bahwa menggunakan teknologi tersebut dapat memberikan kemudahan untuk melakukan pekerjaan sehari sehari tanpa harus menyita banyak waktu.

2.1.5.2 Dimensi Kemudahan

Adapun juga beberapa dimensi pada kemudahan yang dapat dilihat bagi penggunanya saat hendak mempertimbangkan penggunaan E-Wallet Gopay tersebut. Berikut adalah beberapa dimensi pada kemudahan yang dapat dilihat oleh mahasiswa, ialah [26] :

1. Menjadi terampil : Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa dengan menggunakan sistem baru akan menjadi individu yang terampil dalam penggunaan teknologi.
2. Jelas dan mudah dimengerti : Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa sistem yang baru mudah untuk dimengerti.
3. Mudah digunakan : Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru yang baru mudah untuk digunakan.
4. Mudah untuk dipelajari : Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru yang baru dapat dengan mudah untuk dipelajari.

2.1.5.3 Pengukuran Kemudahan

Adapun beberapa cara yang dapat dilakukan dalam mengukur tingkat kemudahan dalam suatu produk jasa yang ditawarkan yaitu [27] :

1. Kemudahan diartikan dengan seberapa cepat pengguna mahir dalam menggunakan sistem serta kemudahan dalam penggunaan menjalankan suatu fungsi serta apa yang pengguna inginkan dapat mereka dapatkan
2. Efisiensi diartikan sebagai sumber daya yang dikeluarkan guna mencapai ketepatan dan kelengkapan tujuan.
3. Mudah diingat, yaitu bagaimana kemampuan pengguna mempertahankan pengetahuannya setelah jangka waktu tertentu, kemampuan mengingat didapatkan dari peletakkan menu yang selalu tetap.
4. Kesalahan dan keamanan, yaitu berapa banyak kesalahan-kesalahan apa saja yang dibuat pengguna, kesalahan yang dibuat pengguna mencakup ketidaksesuaian apa yang pengguna pikirkan dengan apa yang sebenarnya disajikan oleh sistem.

5. Kepuasan, yaitu kebebasan dari ketidaknyamanan, dan sikap positif terhadap penggunaan produk atau ukuran subjektif sebagaimana pengguna merasa tentang penggunaan sistem.

2.1.5.4 Indikator Kemudahan:

Saat mahasiswa sebagai pengguna memutuskan menggunakan suatu produk layanan jasa E-Wallet pengguna perlu mempertimbangkan beberapa indikator pada E-Wallet tersebut. Berikut adalah beberapa indikator yang dapat pengguna gunakan dalam melihat kemudahan yang dimiliki oleh suatu produk, ialah [28] :

1. Mudah dipahami dan dikuasai, yaitu pengguna dapat memahami dan menguasainya dengan baik
2. Dapat dikendalikan, yaitu pengguna dapat mengendalikan produk tersebut sesuai keinginannya
3. Bersifat Fleksibel, yaitu dapat disesuaikan dengan keadaan
4. Pemakaian yang mudah, mudah digunakan dan tidak mempersulit penggunanya

2.1.6 Kualitas Layanan

2.1.6.1 Definisi Kualitas Layanan

Kemajuan sebuah bisnis menimbulkan rivalitas yang ketat bagi sesama pengembang produk yang sama. Ada beberapa cara dilakukan agar dapat memperoleh pengguna baru dan tetap mempertahankannya. Salah satu langkah yang cukup sering dipakai perusahaan untuk bisa bertahan dan menang dalam persaingan ialah dengan menciptakan kualitas layanan yang baik. Kualitas layanan adalah mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan espektasi pelanggan [29].

Kualitas layanan diasumsikan terjadi pada berbagai tingkatan dalam lingkungan layanan itu sendiri yang dimana pelanggan pada awalnya mengevaluasi kualitas interaksi dengan penyedia layanan pada tingkat atribut individu kemudian kualitas interaksi kemudian dievaluasi pada tingkat dimensi dan, akhirnya, kualitas layanan yang dirasakan secara keseluruhan dievaluasi [30].

Dari landasan teori mengenai kualitas layanan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah suatu jasa layanan yang diberikan oleh pihak penyedia layanan jasa untuk memenuhi kebutuhan penggunanya dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengguna tersebut merasa senang dengan layanan yang telah diberikan. Dengan adanya kualitas layanan yang baik maka dapat menjaga hubungan baik dengan penggunanya

2.1.6.2 Dimensi Kualitas Layanan

Pengguna juga dapat melihat terlebih dahulu dimensi kualitas layanan yang dimiliki oleh suatu perusahaan E-Wallet sebelum menggunakannya terlebih dahulu. Berikut adalah beberapa dimensi pokok yang menjadi faktor utama penentu kualitas layanan jasa yaitu [31]

1. **Kehandalan (Reliability)** : Perusahaan harus dapat mewujudkan ekspektasi dari apa yang pelanggan inginkan. Sehingga pelayanan yang perusahaan sajikan haruslah dapat pelanggan andalkan dan sesuai dengan yang mereka inginkan.
2. **Jaminan (Assurance)**: Perusahaan haruslah dapat memberikan jaminan atau kepastian kepada para pelanggan agar mereka tidak merasa khawatir dan percaya akan produk yang perusahaan tawarkan. Sehingga, perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang dapat mewujudkan hal tersebut.
3. **Tampilan (Tangible)**: Perusahaan harus menyesuaikan kualitas fisik dengan harga dan apa yang mereka tawarkan. Tampilan fisik ini bukan hanya terkait dari tempat saja, tetapi menjulur ke fasilitas fisik hingga fisik para pekerja.
4. **Empati (Emphaty)**: Perusahaan harus dapat menanamkan perusahaan empati kepada para pekerjanya. Rasa empati ini dapat memberikan pengalaman yang berbeda kepada para pelanggan dan dapat menjadi nilai lebih daripada para pesaing.
5. **Responsif (Responsive)**: Perusahaan harus dapat bertanggung jawab akan pelayanannya dan merespon para pelanggan dengan cepat namun sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

2.1.6.3 Pengukuran Kualitas Layanan

Untuk model pengukuran pada Kualitas layanan yang pertama berupa sebuah skala multi item yang diberi nama SERVQUAL. Skala servqual pertama kali

dipublikasikan pada tahun 1988, dan terdiri dari dua puluh dua item pertanyaan, yang didistribusikan menyeluruh pada lima dimensi kualitas layanan. Skala servqual dimaksudkan untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, dan kesenjangan yang ada di model kualitas jasa. Pengukuran dapat dilakukan dengan Skala Likert maupun Semantik Diferensial, dan responden tinggal memilih derajat kesetujuan atau ketidaksetujuannya atas pertanyaan mengenai penyampaian kualitas jasa. Apabila layanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya apabila layanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

2.1.6.4 Indikator Kualitas Layanan

Saat sebelum mahasiswa selaku pengguna memutuskan untuk menggunakan suatu produk E-Wallet maka pengguna perlu mempertimbangkan beberapa indikator dalam kualitas layanan yang ada didalamnya. Berikut adalah beberapa indikator yang dapat pengguna gunakan dalam melihat bagaimana kualitas layanan yang baik pada produk E-Wallet tersebut, ialah [32] :

1. Keandalan, yakni kemampuan para staf dan karyawan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya tanggap, yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan atau memberikan pelayanan dengan tanggap
3. Jaminan, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
4. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan

2.1.7 Keamanan

2.1.7.1 Definisi Keamanan

Definisi keamanan adalah usaha untuk melindungi dan menjamin tiga aspek penting dalam dunia siber yaitu kerahasiaan data, keutuhan data, dan ketersediaan data [33].

Adapun teori lain yang mengatakan keamanan sistem informasi bisa diartikan sebagai kebijakan, prosedur, dan pengukuran teknis yang digunakan untuk mencegah akses yang tidak sah, perubahan program, pencurian dan kerusakan fisik terhadap sistem informasi [34].

Dari pendapat mengenai definisi keamanan diatas dapat disimpulkan bahwa banyaknya data pengguna yang perlu dilindungi dari ancaman yang ada. Maka dari itu diperlukan tingkat keamanan ketat pada E-Wallet Gopay yang mampu melindungi data mahasiswa Universitas Mikroskil Fakultas Bisnis sebagai pengguna Gopa agar tidak dicuri dan adanya pertanggungjawaban pihak penyimpan data.

2.1.7.2 Dimensi Keamanan

Dimensi keamanan penting diperhatikan oleh mahasiswa saat hendak memilih produk E-Wallet Gopay adalah [35] :

1. Autentikasi yang dimana memastikan dengan jelas dan lengkap identitas setiap penggunanya saat hendak melakukan transaksi.
2. Integritas yaitu, jaminan bahwa data dan informasi yang di transfer pada aplikasi tersebut tetap utuh dan tidak mengalami perubahan.
3. Non-repudiation yaitu, pengguna membutuhkan perlindungan terhadap penyangkalan dari pengguna lain bahwa saldo telah digunakan atau dicuri padahal belum adanya dilakukan transaksi.
4. Privasi yaitu, memastikan agar identitas pengguna senantiasa aman.
5. Keselamatan, pengguna menginginkan jaminan bahwa aman untuk memberikan informasi nomer kartu di internet.

2.1.7.3 Pengukuran Keamanan

Metode yang digunakan untuk proses pengukuran menggunakan tiga komponen utama, yaitu: Behaviour, cognition, dan affect. Ketiga komponen ini diadopsi dari ilmu psikologi tentang bagaimana kecenderungan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan yang menguntungkan atau tidak. Ketiga komponen tersebut kemudian dijadikan landasan untuk mengembangkan tiga dimensi ekuivalen sebagai berikut: Sikap, Pengetahuan, dan perilaku. Pengukuran ketiga dimensi ini dilakukan dengan mengajukan kuesioner yang mencakup lima bidang. Bidang pertama adalah Ketaatan karyawan pada regulasi perusahaan, kedua adalah kesadaran

dalam menjaga kerahasiaan password. Bidang ketiga adalah bijaksana dalam menggunakan email perusahaan, dan bidang ke empat adalah kewaspadaan terhadap penggunaan perangkat seluler. Adapun bidang terakhir adalah pelaporan insiden keamanan informasi [36].

2.1.7.4 Indikator Keamanan

Saat mahasiswa hendak memilih jasa produk e-wallet yang aman maka perlu dilihat kembali beberapa indicator dalam produk e-wallet apakah benar-benar mampu dalam menyimpan data dari pengguna tersebut sehingga terjamin keamanannya. Berikut adalah beberapa indicator yang dapat pengguna gunakan untuk melihat seperti apa keamanan sistem yang baik pada produk e-wallet tersebut, ialah [37] :

1. Terjaminnya Transaksi, yang dimana transaksi tersebut dilakukan oleh pemilik akun itu sendiri.
2. Jaminan Keamanan, yaitu mengurangi kekhawatiran pengguna tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak
3. Kerahasiaan Data, yaitu dengan tidak membiarkan data jatuh ke tangan pihak lain yang akan dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi.
4. Bukti Transaksi, adanya bukti pada setiap pengguna hendak melakukan suatu transaksi.

2.2 Review Penelitian Terdahulu

1. Penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Go-Jek Di Bandar Lampung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dalam menggunakan jasa Go-Jek. Populasi dalam penelitian adalah konsumen pengguna jasa Go-Jek dengan sampel 100 responden. Metode penelitian deskriptif dengan alat analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan hipotesis variabel kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Go-Jek di Bandar Lampung [38].
2. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pengguna Fintech”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Fintech pada pengguna aplikasi DANA. Penelitian ini memiliki jumlah populasi sebanyak lebih dari 35.000.000 pengguna aplikasi DANA dengan sampel yang dilakukan pada penelitian ini sebanyak 96 responden. Pengujian instrumen yang dilakukan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Pengujian asumsi klasik yang dilakukan yaitu dengan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana, korelasi, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis secara parsial atau uji t. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, secara parsial kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [39].

3. Penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Gojek)”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bukti empiris pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT Gojek disekitar Tebet. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis dapat diterima, yang dimana terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima dan terdapat pengaruh dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Harga merupakan variable yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ojek online PT Gojek [40].
4. Penelitian dengan judul penelitian yaitu, “Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitaslayanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Fasilitas E-Filing”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas sistem, kualitas layanan, kualitas informasi, kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna fasilitas e-filing. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna atau wajib pajak KPP Pratama di daerah Pondok Gede yang sudah pernah menggunakan fasilitas e-filing melalui website. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebesar 270 responden. Koefisien determinasi sebesar 0.636 menunjukkan bahwa 63,6% kepuasan pengguna dipengaruhi secara bersama-sama oleh kualitas sistem, kualitas layanan, kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat, sedangkan sisanya sebesar

36,4% kepuasan pengguna dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini [41].

5. Penelitian dengan judul penelitian yaitu, “Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Keamanan Informasi Dan Kemudahan Penggunaan Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi, keamanan informasi, dan kemudahan penggunaan sistem informasi terhadap kepuasan pengguna. Populasi penelitian ini adalah responden pengguna sistem informasi yaitu karyawan PT Leading Garment yang berjumlah 140. Sampel diambil dengan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan observasi dan kuisioner. Koefisien determinasi penelitian ini sebesar 0,125, yang berarti kualitas informasi, keamanan informasi, dan kemudahan penggunaan sistem informasi mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 12,5%, sedangkan sisanya sebesar 87,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian [42].
6. Penelitian lainya dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia”. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur layanan, dan Kepercayaan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia. Hasil olahan SPSS 20 dari analisis deskriptif dapat disimpulkan variabel Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Fitur Layanan (X3), Kepercayaan (X4) dan Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) berada pada kategori kurang baik. Hasil lain menunjukkan pula variabel yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan LinkAja diIndonesia adalah variabel kepercayaan, artinya semakin baik kepercayaan yang dimiliki pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi. Dengan demikian, perusahaan harus selalu berupaya untuk meningkatkan dan memperbaiki kepercayaan pelanggan [43]
7. Penelitian lain dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna

E-Commerce di Wilayah Jakarta Pusat)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, keamanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada pengguna e-commerce di wilayah Jakarta Pusat). Kepuasan konsumen sebagai variabel terikat, sedangkan kepercayaan, keamanan dan persepsi harga yang merupakan variabel bebas. Hasil penelitian membuktikan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna e-commerce di wilayah Jakarta Pusat [44].

2. Tabel 0.1 Review Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Viola De Yusa (2018)	Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Go-Jek Di Bandar Lampung	Variabel bebas yaitu : Kemudahan(X1), Kepercayaan (X2), dan Variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dalam menggunakan jasa Go-Jek. Populasi dalam penelitian adalah konsumen pengguna jasa Go-Jek dengan sampel 100 responden. Metode penelitian deskriptif dengan alat analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan hipotesis variabel kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Go-Jek di Bandar Lampung.
2	Chusnah, Khairunnisa Tri Indriana (2020)	Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech	Variabel bebas yaitu Kemudahan(X1) Keamanan(X2), dan Variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)	Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, secara parsial kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

3.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3	Siti Solikha dan Imam Suprpta (2020)	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Gojek)	Variabel bebas yaitu : Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), Variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis dapat diterima, yang dimana terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan dan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
4	Dahlia Br Ginting dan Meida Riana Marlina (2017)	Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas layanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Fasilitas E-Filing	Variabel bebas yaitu : Kualitas Sistem (X1), Kualitas Layanan (X2), Kualitas Informasi (X3), Kemudahan Penggunaan (X4) Persepsi Manfaat (X5) dan Variabel terikat yaitu Kepuasan Pengguna (Y)	Koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebagian besar kepuasan pengguna dipengaruhi secara bersama-sama oleh kualitas sistem, kualitas layanan, kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat, sedangkan sisanya kepuasan pengguna dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini
5	Liviana Devi Nathania dan Dahlia Br Ginting (2014)	Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Keamanan Informasi Dan Kemudahan Penggunaan Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna	Variabel bebas yaitu : Kualitas Informasi (X1), Keamanan Informasi (X2), Kemudahan Penggunaan (X3) dan Variabel terikat yaitu Kepuasan Pengguna (Y)	Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi, keamanan informasi, dan kemudahan penggunaan sistem informasi terhadap kepuasan pengguna. Populasi penelitian ini adalah

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				responden pengguna sistem informasi yaitu karyawan PT Leading Garment yang berjumlah 140. Hasil penelitian ini menunjukkan yang kualitas informasi, keamanan informasi, dan kemudahan penggunaan sistem informasi mempengaruhi kepuasan pengguna
6	Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesi	Variabel bebas yaitu Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Fitur Layanan (X3), dan Kepercayaan (X4). Serta variable terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)	Hasil menunjukkan pula variabel yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia adalah variable kepercayaan, artinya semakin baik kepercayaan yang dimiliki pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi. Dengan demikian, perusahaan harus selalu berupaya untuk meningkatkan dan memperbaiki kepercayaan pelanggan

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
7	Gilang Prakoso (2020)	Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerc di Wilayah Jakarta Pusat)	Variabel bebas yaitu Kepercayaan (X1), Keamanan (X2), Persepsi Harga (X3). Serta variable terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y)	Hasil penelitian membuktikan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna e-commerce di wilayah Jakarta Pusat.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL